



**«БЫТЬ, а не ИМЕТЬ»:  
философия и экономика поколения Z**



**Media  
Instinct  
Prime**



# ФИЛОСОФИЯ ЗУМЕРОВ

Дофаминовое влияние, FOMO, эффект дефицита внимания

## ПОКОЛЕНИЕ ПРОТИВОРЕЧИЙ

Импульсивны **НО** Покупают рационально

Гиперлояльны **НО** Легко переключаются

Расточительны **НО** Следят за ценой



## ЗУМЕР В МЕДИА



Максимально в digital, аудиовизуальное восприятие, ролики с вирусным эффектом



Red flags для зумера в рекламе: сленг ради сленга, устаревший мем, заезженный инфлюенсер, креатив без вкуса

## ПОЧЕМУ ЗУМЕРЫ ВАЙБОВЫЕ РЕБЯТА



ценят себя и эмоциональное здоровье



уважают аутентичность



активно выходят на рынок труда



любят учиться

4,9%

Рекордно низкий в России уровень безработицы среди 15–29 1Q 2025 (vs глобальный показатель 13%)

00-ые 26% → 20-ые 38%

В возрасте 18–35 имели или получали высшее образование



# ЭКОНОМИКА ЗУМЕРОВ

Куда и почему утекают зумерские деньги?

## НЕОБДУМАННЫЕ ТРАТЫ

Из-за невозможности достижения долгосрочных целей (покупка квартиры) тратят здесь и сейчас

- путешествия
- онлайн-курсы
- вкусная еда (доставка, рестораны)
- одежда

## ШЕРИНГОВАЯ ЭКОНОМИКА

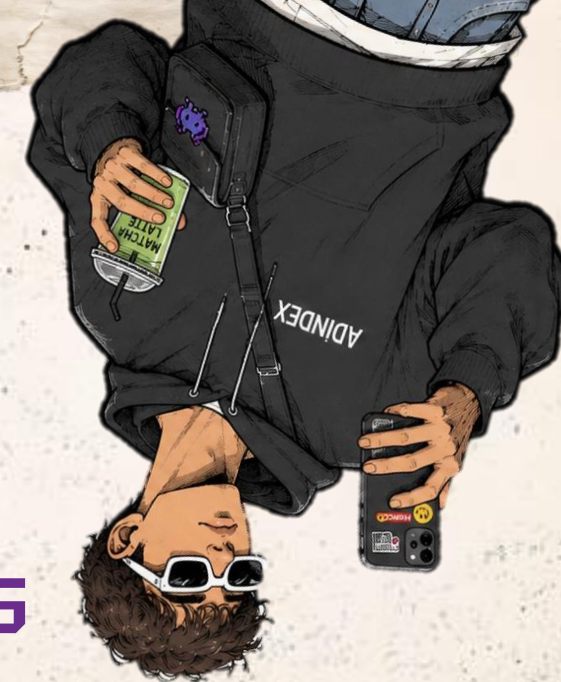
Доступ к вещам важнее, чем владение ими

- не покупка, а аренда (каршеринг, кикшеринг, коливинг)
- делегирование (покупка готовой еды, такси, уборка дома)

## ГЛУПОСТЬ vs РАСЧЁТ

Доля банкротств россиян до 25 лет выросла с 1,5% до 14% за два года

- нет страха осуждения
- зумерам нечего терять



Зумерский эгоизм – миф. Они ценят семью и дружбу выше самореализации и равнодушны к проблемам общества

50%

россиян в возрасте 18–24 участвовали в волонтерской деятельности за последний год

vs

36%

в целом по стране участвовали в волонтерской деятельности за последний год